



Zacharias Calliergis, la première imprimerie grecque de Rome et le rôle du banquier du pape

Amélie Ferrigno

► To cite this version:

Amélie Ferrigno. Zacharias Calliergis, la première imprimerie grecque de Rome et le rôle du banquier du pape : Les enjeux éducatifs et économiques du marché des savoirs au XVI^e siècle. Rives Méditerranéennes, 2015, 50, pp.157-171. hal-01192844

HAL Id: hal-01192844

<https://hal.science/hal-01192844>

Submitted on 16 Sep 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Zacharias Calliergis, la première imprimerie grecque de Rome et le rôle du banquier du pape

Les enjeux éducatifs et économiques du marché des savoirs au XVI^e siècle

Amélie FERRIGNO

chercheuse associée TELEMME

Résumé : L'avènement de l'imprimerie change les voies d'accès à la connaissance, élargit le lectorat et fait du savoir un produit consommable. Le secteur éditorial, en plein essor durant le début du XVI^e siècle, attire de nombreux investisseurs. Typographes-imprimeurs et hommes d'affaires s'associent alors dans un objectif commercial commun. La fondation de la première imprimerie grecque de Rome cristallise plusieurs enjeux (technique, éducatif, économique...) et permet d'observer la mise en place d'un nouveau système économique, de nouvelles pratiques d'acquisitions des connaissances et les transformations du milieu universitaire. Ce contexte nous invite à ce nous interroger sur le rôle du marchand-banquier dans le nouveau marché des savoirs.

Abstract: The invention of printing had a profound impact on access to knowledge, extended the readership, and transformed information into a consumer product. The publishing industry, already in full expansion in the early 16th century, was attracting numerous investors. Typesetter-printers and businessmen worked together to develop new commercial activities. With the establishment of the first Greek print shop in Rome, many key issues (technical, educational, economic, etc.) emerged and provide new insights into the emergence of a new economic system, new practices in acquiring knowledge, and transformations to the university model. This context allows us to revisit the role of the merchant banker in the new market for information.

Riassunto: L'avvento della stampa cambia i percorsi di accesso alla conoscenza, allargando il lettorato e facendo dei saperi un prodotto di consumo. Il settore dell'editoria, in forte espansione nel corso del XVI secolo, attira molti investitori. Tipografi e uomini d'affari si associano in un obiettivo aziendale comune. La fondazione della prima stampa greca di Roma cristallizza molti problemi (tecnici, educativi, economici ...) e permette di osservare lo sviluppo di un nuovo sistema economico, nuove pratiche di acquisizione di conoscenza e trasformazione dell'ambiente universitario. Tale contesto ci invita ad interrogarci sul ruolo del mercante banchiere nel nuovo mercato del sapere.

INTRODUCTION

L'avènement de l'imprimerie, innovation technique majeure de la Renaissance, bouleverse les voies d'accès à la connaissance, les méthodes d'acquisitions et ouvre un nouveau marché, celui des savoirs et de l'éducation, désormais considérés comme des produits consommables. Le livre imprimé en série sert progressivement de support aux professeurs des universités et des collèges humanistes pour dispenser leurs enseignements, et répond au besoin en ouvrages de la part d'une population d'étudiants et d'érudits. Une augmentation de la consommation du livre apparaît alors au début du XVI^e siècle en Europe et principalement en Italie. Parmi les œuvres imprimées, les classiques sont particulièrement recherchés et entraînent la fondation d'ateliers typographiques spécialisés dans la fabrication de caractères mobiles en alphabet grec, nécessitant une grande technicité et des capitaux importants dus au coût plus élevé de cette impression par rapport aux caractères latins. Tandis qu'à la fin du XV^e siècle, Venise voit paraître les éditions grecques d'Alde Manuce, Rome n'a pas encore d'imprimerie grecque. La fondation de l'imprimerie de Zacharias Calliergis au début du *Cinquecento* est alors accueillie avec enthousiasme et fait figure de nouveauté dans la cité pontificale. Très peu de sources font référence aux conditions de création de cette imprimerie, principalement destinée à alimenter le collège grec fondé par le pape Léon X. Mais on sait qu'elle voit le jour grâce au soutien financier d'un homme d'affaires : Agostino Chigi, riche banquier, trésorier de la Curie et mécène. L'association du typographe et de l'homme d'affaires offre ainsi un exemple concret du rôle tenu par le marchand-banquier dans la diffusion et la commercialisation des savoirs. Caractérisé par sa quête d'innovations, de nouveaux marchés à saisir, le marchand-banquier de la Renaissance devient acteur du secteur éditorial et se met à investir le terrain de la culture en soutenant et finançant différents projets qu'il intègre à son mécénat. La recherche de mécènes pour financer des projets d'édition était assez courante, mais le statut particulier d'Agostino Chigi dans l'environnement économique et culturel de l'État pontifical laisse entrevoir un contexte précis à discerner. Quels sont les intérêts qui ont motivé son implication dans la fondation de la première imprimerie grecque de Rome ? Sur quoi reposait le succès escompté de cette entreprise ? Et quels enjeux comportait la fondation de cette imprimerie ? Innovations et prouesses techniques, rentabilité financière, mais également enjeux éducatif et culturel sont à examiner.

L'ÉDITION GRECQUE DANS L'ÉMERGENCE DU MARCHÉ DE L'ÉDUCATION À ROME

Peu de temps après son apparition en Italie en 1465, l'imprimerie se développe rapidement. En quelques années, pas moins de quatre-vingts centres de typographie

sont présents dans toute la péninsule (dépassant de loin l'Allemagne et la France). Au début du XVI^e siècle, Rome devient un des centres d'édition les plus actifs. Entre 1500 et 1520, plus d'une trentaine d'éditeurs¹ sont présents dans la cité, qui devient le centre de production et de commerce de livres le plus dynamique d'Europe.

Les besoins en livres y sont particulièrement importants. L'édition est tout d'abord favorisée par la présence de la Curie qui produit de nombreux textes religieux et administratifs et répond à la forte présence de fonctionnaires apostoliques. Elle est également favorisée par l'université, les professeurs et les étudiants présentant de grands besoins en ouvrages. Certains typographes se spécialisent ainsi dans l'impression de textes destinés à l'un des deux principaux secteurs d'édition. Ce sont les *stampatori camerale*, les éditeurs officiels du Vatican, ou *i librai dell'università*² spécialisés dans l'édition universitaire. Les livres édités à Rome sont donc, pour la plupart, des ouvrages de dévotion ou de textes religieux, des documents pontificaux, ou encore des décrets, des documents administratifs, mais aussi des livres d'usage scolaire, des livres d'études, des manuels pédagogiques (grammaires, dictionnaires)³.

Les textes anciens et la littérature scientifique grecque constituent alors les principales sources des universités. Une bonne maîtrise de la langue devient ainsi indispensable pour se réapproprier le fondement des savoirs. L'Italie favorise donc la diffusion de textes grecs sur tout son territoire, en ciblant les besoins d'une population de philhellènes et de lettrés grecs, qui s'étaient progressivement installés dans la péninsule durant le XV^e siècle. Cette renaissance hellénique continue durant le pontificat de Léon X (1513-1521). Le pape Médicis (fils de Laurent le Magnifique) poursuit la politique culturelle menée par sa famille en offrant son soutien aux humanistes. Attentif au contexte politique de la Grèce, sous occupation ottomane, il préconise un retour à la culture antique afin que soit rétablie la connaissance de la langue et des lettres grecques en Italie. La situation de la Grèce suscite, en effet, chez les lettrés, une réaction contre la menace de perte de sa culture et l'ignorance dans laquelle la plonge l'occupant. Dans ses travaux, Michel Lassithiotakis⁴ se penche sur plusieurs éditeurs philologues et leur volonté « d'élever le niveau culturel [de la] population grecque soumise à domination étrangère et donc à une préoccupation indissociablement patriotique et pédagogique ». Apparaît alors une volonté de produire et de faire circuler des éditions en langue grecque de textes en tous genres :

1 Dont Jacopo Mazzocchi, Stefano Guillery, Marcello Silber, Johann Besicken, Antonio Blado, Zoppino Niccolò... Voir la liste d'éditeurs : http://edit16.iccu.sbn.it/web_iccu/ihome.htm

2 Cf. Francesco Barberi, *Tipografi romani del Cinquecento*, Guillery, Ginnasio Mediceo, Calvo, Dorico, Cartolari, Firenze, Leo S. Olschki Editore, 1983, p. 13-21.

3 On voit également de plus en plus de livres professionnels (pour la population d'avocats, de médecins, de notaires...).

4 Michel Lassithiotakis, *Le rôle du livre imprimé dans la formation et le développement de la littérature en grec vulgaire (XVI^e-XVII^e siècles)*, dans *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée* [En ligne], 87-88, septembre 1999, mis en ligne le 10 octobre 2004. URL : <http://remmm.revues.org/303>.

liturgiques, classiques et vernaculaires. C'est ainsi qu'une des premières mesures prises par le pape Giovanni dei Medici après son élection est la création d'un collège grec⁵, fondé en février 1514 (sur le Quirinal), et pourvu de sa propre imprimerie. De jeunes exilés grecs devaient y recevoir une formation « afin de se préparer à enseigner la bonne prononciation et le bon usage de la langue ». Léon X souhaitait ainsi « former des prêtres à la langue grecque pour ramener cette nation vaincue et schismatique dans le giron pontifical »⁶. L'intérêt du pape pour la culture et la langue grecques s'explique, en effet, par deux raisons principales. Tout d'abord, il était sollicité par les humanistes grecs installés en Italie afin d'intervenir en faveur de la Grèce contre l'infidèle. Mais le grec était surtout la langue sacrée du Nouveau Testament et de la Septante, et son apprentissage offrait de nouvelles possibilités de découvrir les Écritures⁷. Le collège du pape et son imprimerie regroupaient donc plusieurs objectifs : fins éducatives, préoccupation patriotique⁸ et intérêt théologique. L'édition de textes grecs à Rome se trouve ainsi favorisée par le climat humaniste et philhellène qui se crée au début du XVI^e autour du pape, et devient ainsi un nouveau marché à saisir.

Parallèlement à la mise en place de ce nouveau marché éditorial, beaucoup d'hommes d'affaires perçoivent les avantages que représente l'imprimerie, qui touche une population élitiste (humanistes et étudiants) mais également un public de plus en plus large, et offre des sources de profits plus importantes. Ils flairent les multiples ressources de ce qui sera bientôt un outil de communication de masse et en deviennent les principaux investisseurs.

LE MARCHAND-BANQUIER DANS LE SECTEUR ÉDITORIAL

Malgré les nombreuses difficultés que comprenait ce secteur hautement compétitif, l'édition attirait de nombreux entrepreneurs qui voyaient en cette activité des possibilités de gros bénéfices. L'imprimerie était pourtant une activité coûteuse, incertaine, voire hasardeuse – puisque rien ne pouvait garantir la vente des ouvrages après leur impression – et entraînait de nombreux investissements⁹ : un local où installer la typographie, un magasin pour le dépôt des ouvrages, la main d'œuvre, l'achat du papier, de l'encre, de la matrice¹⁰... Parmi toutes ces dépenses, la

5 Emmanuel Rodocanachi, *La première Renaissance : Rome au temps de Jules II et de Léon X*, Paris, Hachette, 1912, p. 164.

6 Jean-Marie Le Gall, *Les humanistes en Europe XVI^e – XVII^e siècles*, Paris, Ellipses, 2008, p. 23.

7 Jean-Marie Le Gall, *op. cit.*, p. 24.

8 Michel Lassithiotakis, *op. cit.*

9 Une Bible imprimée à Venise en 1478 coûte entre 400 et 500 ducats pour l'achat du papier et la main d'œuvre. Cf. Brian Richardson, *Stampatori, autori e lettori nell'Italia del Rinascimento*, Milano, Edizioni Sylvestre Bonnard, 2004, p. 44.

10 Martin Lowry, *Le monde d'Alde Manuce, imprimeurs, hommes d'affaires et intellectuels dans*

fabrication des caractères indépendants étaient la plus coûteuse et constituait l'étape la plus difficile à surmonter. L'atelier typographique devait disposer d'ouvriers maîtrisant les techniques de fabrication encore nouvelles¹¹. Fabriqués en série, de hauteur égale et de surface rigoureusement plane, les caractères mobiles nécessitaient un alliage de plomb, d'étain et d'antimoine parfaitement dosé, et impliquaient la technicité d'une main d'œuvre qualifiée – principalement des artisans du métal, souvent des orfèvres, qui étaient mentionnés dans les documents des débuts de l'imprimerie¹². La fonte des caractères mobiles nécessitait de gros capitaux à cause de l'achat et du travail du métal, et de la fréquence de fabrication (la partie en relief du poinçon en acier s'usait rapidement et devait être régulièrement remplacée). L'atelier du typographe devait se munir d'une réserve de caractères identiques et d'une provision de matériaux nécessaire à l'alliage.

Les typographes étaient donc dépendants de mécènes auprès desquels ils étaient contraints d'emprunter. L'État (avec des commandes, ou en délivrant les privilèges), plus rarement les cours, mais surtout l'Église (tant pour diffuser des documents officiels, que comme instrument de propagande) étaient les principaux soutiens financiers de la fondation de leurs ateliers. La dernière catégorie à représenter une solide source financière était la bourgeoisie, des financiers privés, médecins, notaires qui désiraient voir publier des ouvrages se rapportant à leurs propres intérêts et qui possédaient suffisamment d'argent pour financer ces publications. Parmi ces hommes, ceux qui détiennent les capitaux les plus fiables sont ceux qui pratiquent une profession liée à l'argent, aux finances : les marchands et les banquiers. Ils s'impliquent rapidement dans ce nouveau mode de diffusion de l'information et perçoivent la rentabilité du développement de cette nouvelle technologie qui s'adresse à une clientèle grandissante et développe de plus en plus de marchés. Les marchands italiens appartenant au monde des finances voient tout d'abord dans l'imprimerie un moyen de servir leurs affaires et se lient très vite d'intérêt avec les *stampatori* en prenant l'initiative de promouvoir leurs imprimeries. Ils souhaitent diffuser leur notoriété et saisissent les enjeux médiatiques de l'impression en série. Ils font donc bénéficier les imprimeurs de leur réseau commercial, favorisent la vente des livres, garantissent une clientèle ; en échange les typographes les font bénéficier de leur pouvoir de diffusion et de publicité¹³.

la Venise de la Renaissance, Evreux, éditions du cercle de la librairie, 1989, 355 p. Les historiens estiment que l'achat d'une presse typographique devait s'élever à environ seize ducats et était la partie du matériel la moins difficile à se procurer.

11 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 18-21.

12 Jean-François Gilmont, *Le livre, du manuscrit à l'ère numérique, notes de bibliologie*, Liège, édition du CEFAL, 1993, pp. 42-73. Martin LOWRY, *op. cit.* p. 18.

13 Par ailleurs, la diffusion de l'information était également une notion familière et très présente à l'esprit des hommes d'affaires extrêmement concernés par la circulation de l'information entre les diverses filiales de leurs entreprises – fondamentale pour la prise de décisions à distance. Les agents résidant sur place livraient par courrier des informations relevant des différentes

AGOSTINO CHIGI, ZACHARIAS CALLIERGIS ET LA PREMIÈRE IMPRIMERIE GRECQUE DE ROME

À l'affût des dernières nouveautés artistiques, techniques et scientifiques, Agostino Chigi¹⁴ pratique – en plus d'un mécénat artistique traditionnel – un mécénat en phase avec les diverses mutations sociétales que traverse son époque, et investit (entre autres) dans la fondation d'imprimeries ayant la particularité de répondre à une demande nouvelle.

La création du collège grec par le pape Léon X explique le besoin d'une typographie spécialisée dans l'impression de textes grecs, désormais indispensables aux professeurs et étudiants. Le collège était composé des humanistes et érudits grecs les plus renommés. Marcus Musurus, un des premiers professeurs, fut chargé de recruter une douzaine d'élèves (dont Nikolaos Sophianos, Matthaios Devaris, Constantinos Rhallis, Christophoros Kontoléon...) destinés à recevoir l'éducation nécessaire afin de diffuser le bon usage de la langue grecque. Janus Lascaris était le directeur et organisateur du collège, et Zacharias Calliergis, arrivé à Rome vers 1513, le préfet des études, également en charge de l'imprimerie qui fournissait le collège en textes¹⁵.

Il fonde la première imprimerie grecque de la cité avec l'aide d'Agostino Chigi. Les catalogues bibliographiques des éditions italiennes du XVI^e siècle montrent qu'il est probablement le seul éditeur grec présent sur le sol romain durant les premières années du *Cinquecento*¹⁶. Calligraphe, typographe, il exerçait déjà à Venise où il avait fondé une première imprimerie qui se caractérisait par l'impression de textes grecs, et évoluait dans l'environnement d'Alde Manuce¹⁷. Les chercheurs l'assimilent

conjunctures économiques, évènements politiques, conditions météorologiques... pouvant influencer sur les livraisons.

14 Agostino Chigi (1466-1520) fait fortune grâce à l'exploitation des mines d'alun pour le compte du Saint-Siège. Financier hors pair, trésorier de la Curie, en charge de la surintendance de toutes les finances du Vatican, il réussit à développer la banque familiale par la création de nombreuses succursales partout en Italie et dans le monde (la banque Chigi possède un peu plus de cent bureaux rien qu'en Italie, et des filiales à Londres, au Caire, Constantinople...). En plus d'une brillante carrière dans le monde du commerce et des finances, il pratique également le mécénat. La plus fameuse de ses commandes est sa villa aux abords du Tibre, aujourd'hui la villa Farnésine.

15 Layton Evro, *The sixteenth century Greek book in Italy : printers and publishers for the Greek World*, Venice, Hellenic institute of Byzantine and post-byzantine studies, 1994, pp. 318-333. « Zacharias Kallierges ». Cf. Émile Louis LEGRAND, *Bibliographie hellénique, XV^e^{me} XVI^e^{me} siècles*, Tome I, Paris, E. Leroux, 1906, p. 129-130.

16 Cf. http://edit16.iccu.sbn.it/web_iccu/ihome.htm. Quelques éditeurs grecs se succèdent ensuite au sein de l'État pontifical. On note la présence d'Arsène Apostolis en 1519 et de Demetrios Doukas dès 1526.

17 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 81-89. Les premières productions aldines datent de 1494-1495. Vers 1495, en plus d'Alde Manuce, deux autres ateliers (dont celui de Calliergis) pratiquaient

tantôt à un rival, tantôt à un associé du célèbre typographe humaniste. Fuyant le contexte politique de Venise, attiré par le mécénat de Léon X et les encouragements du pontife accordés aux lettres et à la culture helléniques, Calliergis reçoit certainement les sollicitations de plusieurs personnes soucieuses de répondre à la demande de textes grecs : Giacomo Mazzocchi, le libraire de l'Université de Rome, et peut-être directement Agostino Chigi, très attentif aux désirs du pape et aux nouveaux besoins des universitaires.

Le premier texte qu'il édite à Rome est *Pindare*, le 13 août 1515¹⁸. Il s'agit du premier livre imprimé tout en grec de la capitale¹⁹. L'ouvrage est publié sur les conseils et recommandations littéraires de Cornelio Benigno, le chancelier de Chigi.

Les archives d'éditeurs et d'imprimeurs ainsi que les contrats devant notaires sont particulièrement difficiles à trouver et restent exceptionnels durant les premiers siècles de l'imprimerie. Aucun document n'a donc été découvert sur la fondation de cette imprimerie (un contrat de création d'entreprise, un livre de comptes des achats effectués...). Ce sont les livres eux-mêmes, imprimés par Calliergis, qui témoignent de la présence d'Agostino Chigi dans cette nouvelle entreprise. Les colophons dévoilent les noms des imprimeurs, des auteurs, le lieu et la date de parution, et démontrent la collaboration entre l'homme d'affaires et le typographe.

« L'ensemble de l'œuvre [...] de *Pindare* [...] a été imprimée à Rome [...] dans la demeure du Magnifique Agostino Chigi, achevée avec l'aide de Dieu, aux frais et avec la recommandation de l'éloquent Cornelio Benigno de Viterbe, et grâce au travail et à l'habileté de Zacharia Calliergis de Crète, en l'an 1515 à compter de l'avènement de notre Seigneur Jésus-Christ, le 13 du mois d'août, sous le très noble

l'impression en grec à Venise, ce qui démontre l'intérêt croissant du public pour ce type de publications. « Dès la dernière décennie du *Quattrocento*, les études grecques, longtemps confinées dans des cercles aussi actifs qu'éphémères, commençaient à attirer en Italie un public plus large, surtout celui des universitaires ».

18 Cf. Deno John Geanakoplos, *Greek scholars in Venice, Studies in the dissemination of Greek learning from Byzantium to Western Europe*, Cambridge, Harvard University Press, 1962, p. 214.

Sur les premiers livres grecs en Italie voir, Raphaële MOUREN, *Les débuts de la typographie grecque en Italie*, dans Frédéric Barbier, *Revue française d'histoire du livre, Les débuts du livre grec en Occident*, 1998, p. 21-54.

19 On sait que quelques courts passages en grec figuraient dans des textes latins imprimés dès 1467 à Rome et on connaît également le livre de Paolo Enea, édité par Guillery et Nani en 1510, mais il s'agit d'un livre bilingue grec-latin et non pas d'un ouvrage totalement imprimé en grec. Cf. Layton EVRO, *op. cit.*, p. 324. « Zacharias Kalliergis is credited for having introduced greek printing in Rome. Up until then, although many printers had possessed greek type and printed greek passages in latin books as early as 1468, with the exception of a booklet containing some prayers in greek and latin compiled by Paolo Enea, nothing else in greek was ever published there. (cf. *Operetta bellissima da imparare la lingua greca*, Roma Stephano Guillireti e Hercule de Nani, 1510).

pontificat de Léon X qui gouverne avec sainteté la ville de Rome »²⁰.

Colophon de *Pindare*, Rome, Zacharias Calliergis, 1515. (*Pindarou, Olympia, Pythia*).

Agostino Chigi participe donc à la fondation de cette imprimerie. Il permet, sans aucun doute, l'achat du matériel (papier, matrice et métal) et offre les locaux qui accueillent la presse typographique, puisque le colophon dit que l'impression s'est effectuée « dans la demeure du Magnifique Agostino Chigi »²¹.

LES MOTIVATIONS DE L'HOMME D'AFFAIRES

L'implication d'Agostino Chigi montre que la création de cette imprimerie a bénéficié des compétences d'un professionnel du négoce et qu'il s'agissait d'une opération finement préparée nécessitant de gros moyens. Plusieurs raisons l'ont certainement poussé à investir dans cette entreprise.

Tout d'abord, satisfaire les désirs du pontife. Une façon pour lui de consolider son statut au sein de la Curie et de maintenir sa position dans le cercle privé de Léon X. Sa fonction de conseiller financier le conduisait à participer au financement de tous les projets du pape (politique, économique et culturel). Contenter les projets culturels du pape signifiait prendre également part à sa politique²². Le pape Médicis fit donc appel à la générosité d'un de ses banquiers les plus puissants pour subvenir aux besoins de cette installation.

La seconde raison répond à un enjeu économique, centré sur les intérêts du banquier et sa nature d'homme d'affaires à la recherche de profits. Comme beaucoup d'autres entrepreneurs, Chigi est sûrement attiré par l'appât du gain que représentent l'imprimerie et ce nouveau secteur porteur de l'édition. En outre, l'imprimerie de Calliergis présentait un aspect innovant à Rome, puisqu'il ne s'agissait pas d'une imprimerie comme les autres, mais de la première imprimerie grecque de la cité, répondant à la demande d'un public spécialisé. La création du collège grec fondé par Léon X, la population d'exilés grecs et d'enseignants, étudiants, érudits, hellénistes engagés dans l'immense entreprise des humanistes de retrouver, commenter et publier les textes du passé, laissaient présager une forte demande et des bénéfices à retirer de la vente de ces textes. La diffusion en série de ces textes ouvrait donc un nouveau marché à saisir et attira sans aucun doute l'homme d'affaires.

De plus, il a certainement à l'esprit l'exemple de réussite d'Alde Manuce qui, à Venise, avait développé diverses fontes de caractères grecs dès 1494-1495 et ciblé

20 Proposition de traduction du colophon à partir de la retranscription de Jean Irigoin dans Jean Irigoin, *Histoire du texte de Pindare*, Paris, Librairie C. Klincksieck, 1952, p. 409.

21 La Villa Farnésine, lieu de mondanités, à la pointe des dernières innovations technologiques et artistiques, apparaît naturellement comme le lieu désigné.

22 D'autres travaux démontrent que Chigi adopte déjà un positionnement similaire avec Jules II et le recrutement des artistes engagés dans le spectaculaire mécénat du pape Della Rovere.

le marché des études (les livres d'Alde étant surtout destinés aux étudiants). Le typographe humaniste avait misé sur la fabrication et l'impression de caractères d'alphabets anciens, guidé par son « idée maîtresse [d'une] nécessité absolue de connaître le grec pour exceller dans les différents domaines du savoir »²³. Venise était alors le centre éditorial le plus dynamique d'Europe à la fin du xv^e siècle²⁴, l'université recevait de nombreux hellénistes et les imprimeurs avaient la réputation d'être très riches.

Rome et le collège de Léon X reproduisent donc, dans les années qui suivent, une configuration similaire. Cette transposition d'une cité à l'autre (vers 1509-1512) est en partie due à la guerre de Cambrai, qui plonge Venise dans une grave crise financière, conduisant toutes les banques de la cité à la faillite et stoppant de nombreuses activités économiques²⁵. L'imprimerie, comme beaucoup d'autres secteurs, subit les mêmes effets. Vers 1509, les publications d'Alde cessent totalement (pour reprendre vers 1512)²⁶. L'atelier de Zacharias semble, lui aussi, subir le même sort. Faute de capitaux, il est également contraint de cesser toute activité. On perd sa trace au début du xvi^e siècle pour le retrouver à Rome, aux alentours de 1515, avec la publication du premier livre tout en grec de la cité, *Pindare*, dont les objectifs pédagogiques sont clairement revendiqués. Cet évènement suscite les interrogations de plusieurs chercheurs qui s'étonnent de voir Calliergis à la place de Manuce à la direction de l'imprimerie du collège de Léon X. On sait qu'Alde avait pourtant convoité ce poste²⁷. Étant l'un des premiers à avoir envisagé l'imprimerie à des fins éducatives et pédagogiques²⁸, son parcours le désignait logiquement comme le mieux placé. Rien n'explique encore ce choix de la part du pontife. Six mois après l'ouverture du collège, Alde Manuce meurt.

L'entreprise d'Alde dans l'impression grecque avait donc probablement (comme certaines tendances artistiques vénitiennes récupérées dans le mécénat du banquier)²⁹ séduit Chigi, lui faisant espérer un semblable succès.

23 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 62.

24 *Ibidem*, p. 16. À la fin du siècle, 150 imprimeries vénitiennes avaient produit plus de 4 000 éditions, ce chiffre est presque deux fois plus élevé que celui de la production imprimée à Paris. Cf. Deno John Geanakoplos, *op. cit.*, 347 p.

25 Envoyé à Venise par le pape Jules II en 1511, afin de s'assurer le monopole du marché de l'alun dans la Sérénissime, Chigi parvient à conclure les accords demandés par le pape et contribue également à renflouer les caisses du doge en versant une importante somme d'argent.

26 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 135-138.

27 Cf. La dédicace adressée au pape dans son édition des œuvres de Platon en septembre 1514. *Ibidem*, p. 213.

28 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 89. « Le développement de l'imprimerie en grec avant l'époque d'Alde n'avait pas été sans analogie avec celui des études grecques elles-mêmes. Il existait donc un certain intérêt pour ce type de publication [...]. Pour autant, personne n'avait estimé utile, ni même possible, de créer un atelier typographique à finalité commerciale spécialisé dans les impressions grecques. Les premières tentatives avaient été isolées et limitées ».

29 Amélie Ferrigno, *Raffaello, Agostino Chigi : nascita di un nuovo stile pittorico - influsso del*

UNE ASSOCIATION PARFAITE POUR UN SUCCÈS ASSURÉ ?

Cette imprimerie bénéficiait de la combinaison parfaite du trio Chigi, Calliergis et Benigno, tous trois experts dans leurs domaines respectifs : économique, technique et littéraire. Toutes les conditions semblaient réunies pour conduire cette entreprise au succès.

Le coût du matériel représentait un réel obstacle pour tout typographe désirant fonder un atelier, mais les capitaux et le réseau de Chigi pouvaient facilement résoudre ce problème. Le riche banquier connaissait déjà le secteur du métal. Originaire de Sienne, cité où l'artisanat du fer forgé était très développé, il avait acquis une solide expérience dans l'exploitation des mines de fer de Ronciglione, notamment pour la fabrication d'armes³⁰. Son réseau comportait nécessairement des artisans du fer et du métal, des orfèvres, qui travaillaient également à la fabrication des caractères mobiles en acier et qui l'ont naturellement rapproché de ce nouveau secteur. On peut donc supposer qu'il contribue à entourer la typographie des meilleurs artisans et qu'il pourvoit à l'approvisionnement en métal.

Les prouesses techniques liées à la fabrication de caractères grecs et les exigences financières plus élevées que requiert cette fabrication (plus coûteuse car plus difficile et nécessitant plus de matériel), a sans doute été également un point déterminant dans l'association des deux hommes. La préparation d'une fonte de caractères représentait toujours l'investissement le plus important, mais la fonte de caractères grecs posait encore plus de problèmes techniques et financiers. La difficulté technique était due à la complexité de la langue grecque (les accents oxytons ou périspomènes présents dans tous les mots et les esprits doux ou rudes au dessus des voyelles initiales) qui posait de gros problèmes au niveau de la fabrication des caractères mais également à celui de l'impression. L'enjeu était d'offrir une impression lisible et confortable et le premier obstacle était de trouver un artisan maîtrisant la technique de leur gravure. Lowry expose ce problème dans son ouvrage. « Ces symboles devaient ou bien être gravés et fondus avec les lettres dans toutes les combinaisons possibles, ou bien fondus séparément pour être mis en place par le compositeur. La première solution multipliait le nombre des caractères, et les frais de l'imprimeur s'élevaient proportionnellement³¹. La seconde ralentissait sensiblement le travail du compositeur et imposait un interligne plus large pour

mecenate nella pittura del maestro, dans *Raffaello pittore. Del segno e del colore*, a cura di Claudio STRINATI e Claudio CRESCENTINI, Roma, Erreciemme, 2014, p. 145-169.

30 Cf. Mario Borracelli, *Siderurgia e imprenditori senesi nel '400 fino all'epoca di Lorenzo il Magnifico*, dans Comitato Nazionale per le celebrazioni del V centenario della morte di Lorenzo il Magnifico, *La Toscana al tempo di Lorenzo il Magnifico, politica, economia, cultura, arte I, II, III*, Pisa, Pacini editore, 1996, vol. 3, p. 1201-1223.

31 *Ibidem*. « Victor Scholderer a calculé que la fonte utilisée par Laonicus et Alexandros à Venise vers 1485 devait contenir plus de mille quatre cents caractères différents ».

recevoir les accents, et donc l'emploi de plus de papier, ce qui augmentait les délais et les coûts. Sans une puissante structure financière, la fonte d'un si grand nombre de caractères [était] tout à fait impossible et devait se traduire par une dépense de plusieurs milliers de ducats »³². Il fallait donc bien l'apport d'un des hommes les plus riches de la cité pour fonder l'imprimerie destinée à alimenter le collège grec du pape. On ne sait si Zacharias fondait lui-même ses caractères, ou s'il fit appel à des artisans du fer ; auquel cas, les relations de Chigi s'avéraient être encore un atout³³.

Après la recherche de capitaux et la résolution de problèmes techniques, le souci des typographes était la recherche d'un local. Les imprimeurs louaient habituellement le rez-de-chaussée d'un palais, ce qui ajoutait aux dépenses et aux frais de l'installation. Là aussi, Chigi pourvoyait à ce besoin, en accueillant l'atelier au sein de sa Villa.

Autre point fort de cette typographie, le choix des textes qu'elle imprimait. D'ordinaire, l'imprimeur devait convaincre ses partenaires financiers de la rentabilité de ses choix éditoriaux, car les obstacles de la commercialisation étaient encore plus rudes que ceux de la production. Le choix du texte à imprimer était décisif pour assurer une vente rapide et couvrir les frais et le remboursement des investisseurs. Or, la présence de Benigno garantissait un choix finement ciblé par une bonne connaissance des besoins des professeurs et des étudiants. C'est lui qui choisit le texte de *Pindare* comme premier texte à imprimer, très certainement en collaboration avec les professeurs avec qui il était en relation. *Pindare* s'inscrit, en effet, naturellement parmi les classiques que les humanistes érudits recommandaient.

Enfin, les éditions de Calliergis et Benigno se distinguaient également des publications grecques déjà existantes par l'ajout de commentaires d'intérêt pédagogique – un autre aspect innovant – rédigés par Cornelio Benigno et par lesquels elles se démarquaient de la concurrence. Latiniste, helléniste, Benigno menait une activité dans l'édition et l'imprimerie bien avant l'arrivée de Calliergis à Rome. Il était déjà connu pour son activité de correcteur et de consultant éditorial sous le pontificat de Jules II, et avait toujours bénéficié de la protection de Chigi. L'ajout des scholies dans le texte de *Pindare*, montre que l'éditeur (et ses associés) avait évalué la concurrence (principalement l'édition aldine de 1513 qui ne comportait aucun commentaire) et le marché, en prenant en considération les besoins des clients. Il fournissait ainsi un supplément pédagogique extrêmement recherché qui devenait un véritable atout commercial.

L'imprimerie était déjà bien présente à Rome avant la création de la typographie grecque, mais Chigi ne semble pas s'être intégré d'une quelconque façon à son

32 Martin Lowry, *op. cit.*, p. 95-96.

33 « Des témoignages contemporains montrent que Zacharias Calliergis mit cinq à six ans pour trouver une solution satisfaisante ». (BP botfield praefationes et epistolae editionibus cambridge, 1861), *Ibidem*, p. 81- 95.

développement avant cette expérience³⁴. Le lien de l'imprimerie avec le collège du pape semble alors avoir été décisif dans son implication. Léon X avait réuni toutes les conditions pour assurer le succès de ces éditions, qui garantiraient également un retour financier pour l'investisseur. L'impression, puis la vente des textes grecs, étaient susceptibles de rapporter des bénéfices conséquents, compte tenu de la demande et du besoin des étudiants et des professeurs.

Or, les témoignages contemporains (notamment ceux de Giovanni Valeriano)³⁵ révèlent que les ventes de *Pindare* n'ont pas pris un très bon départ et qu'une rupture s'est produite entre le banquier et Benigno. Après avoir été cité en justice, l'érudit est contraint de restituer le 9 mai 1518, la somme de 400 ducats³⁶ reçus de la part de Chigi pour la parution de *Pindare* en 1515 – preuve supplémentaire de la participation financière de Chigi à cette publication. Les motifs de cette comparution ne sont pas explicitement exposés, mais l'hypothèse du prêt non remboursé semble la plus plausible. Les ventes de *Pindare* n'étant pas aussi nombreuses que prévu, la durée d'attente du remboursement a certainement dû déranger le banquier qui comptait sur un profit immédiat. Ce genre de conflit était très courant entre éditeurs et mécènes. Les imprimeurs se retrouvaient souvent devant une quantité importante d'invendus et dans l'impossibilité de rembourser leurs créanciers. Et l'on sait qu'un an plus tard, Calliergis et Lascaris furent contraints de brader des centaines d'exemplaires de leurs impressions grecques³⁷.

Néanmoins, s'il est vrai qu'en 1515 les ventes de *Pindare* démarrent lentement, par la suite la publication rencontra beaucoup de succès et fut utilisée durant les trois siècles qui suivirent. Ce fort enthousiasme auprès du public est justement dû au « progrès philologique »³⁸ des éditions de Calliergis en collaboration avec Benigno, car elles présentaient cette qualité supplémentaire qui faisait sa particularité (et sa nouveauté !) par rapport aux éditions aldines. L'utilisation des scholies est une caractéristique sur laquelle Calliergis insiste pour se démarquer de la concurrence. Ainsi, il affirme sur le verso de la première page (s'adressant aux acquéreurs) que son édition n'est pas seulement une ré-impression de la version aldine, mais une révision soignée et critique.

34 Vers 1511, Chigi participe sans doute à la fondation d'une autre imprimerie innovante, celle d'Ottaviano Petrucci (également vénitien d'adoption), spécialisée dans l'édition de partitions musicales. Cf. Boorman Stanley, *Ottaviano Petrucci, catalogue raisonné*, Oxford, Oxford University Press, 2006, 1281 p. Vernarecci D. Augusto, *Ottaviano de' Petrucci da Fossombrone inventore dei tipi mobili metallici fusi della musica nel secolo XV*, edizione migliorata ed accresciuta, Bologna, Gaetano Romagnoli, 1882, 289 p.

35 Emmanuel Rodocanachi, *op. cit.*, p. 264.

36 La somme des 400 ducats correspond au prix courant d'une impression de ce genre, calculé en fonction du nombre de feuilles dont le livre est constitué.

37 En 1516, 776 exemplaires du *Pindare* sont cédés à Francesco Calvo, libraire à Pavie, ainsi que 981 exemplaires du *Théocrite*. Cf. Raphaële Mouren, *op. cit.*, p. 51.

38 Cf. Jean Irigoin, *op. cit.*, p. 420.

Après cette première publication, d'autres suivent, en 1516 (*Idylle* de Théocrite), toujours avec les commentaires et corrections de Cornelio Benigno. En 1517 paraît *Thomas Magister* et, le 1^{er} juillet 1517, *Phrynichus*.

CONCLUSION

Le marchand-banquier et l'imprimeur de la Renaissance sont des symboles de cette société en pleine mutation et font émerger de nouveaux besoins liés au commerce et au profit. C'est donc un savoir devenu « vendable »³⁹ qui permet la rencontre entre ces deux hommes. La diffusion des savoirs (puis leur démocratisation) s'insère, en effet, parfaitement dans la nouvelle éthique capitaliste qu'était en train de développer l'homme d'affaires.

En quête de nouveaux marchés à conquérir, ce dernier se fait une place dans le secteur éditorial, car l'apparition de nouvelles demandes suscite son intérêt. Les nouvelles formes d'acquisitions, l'éducation, les disciplines émergentes qui naissent des nouveaux besoins de la société, représentent de nouvelles sources de rentabilités économiques pour les investisseurs.

Agostino Chigi saisit ainsi l'opportunité de financer la seule imprimerie grecque de la cité qui lui donne l'occasion de conquérir un nouveau marché, *a priori* rentable, celui de l'instruction supérieure. Il capte les besoins de nouveaux clients (étudiants, professeurs, hellénistes) et offre la possibilité d'une production inédite, se démarquant des autres éditions grecques d'Italie, et principalement de Venise.

Le choix éditorial de l'imprimerie répondait à une demande culturelle, mais il était également dicté par des impératifs économiques. Capitaux, approvisionnement en métal, étude de la concurrence, de la demande... rien ne fut laissé au hasard. Dans le contexte d'une renaissance de l'Antiquité et d'un profond intérêt des humanistes pour la culture grecque, le produit offert paraissait une source de rentabilité assurée. Pourtant, les ventes de *Pindare* ne remplissent pas leur objectif économique et un an après sa parution on procède à la liquidation des exemplaires. Que faut-il penser de cet échec et comment peut-il s'expliquer ? Les raisons restent encore obscures, mais nous pouvons néanmoins soumettre quelques observations.

Tout d'abord, il faut prendre en considération que l'étude de la production éditoriale du XVI^e siècle est très complexe et fluctuante. Certes, le marché de l'éducation devenait important, et le livre se répandait de plus en plus comme support d'enseignement, mais son apparition au sein de l'université était encore un fait récent. Bien que les Belles Lettres – et en particulier les classiques grecs, qui prennent un essor surtout vers la seconde moitié du XVI^e siècle – constituent

39 Jerry Brotton, *op. cit.*, p. 80.

le domaine de la production éditoriale le plus important⁴⁰, on constate que la rentabilité du marché des savoirs se produit également grâce à la vente de manuels pédagogiques, de livres scolaires et d'ouvrages consacrés aux matières non enseignées à l'université, et répondant principalement à la demande de milieux professionnels, notamment de la bourgeoisie marchande.

C'est ainsi qu'en 1515 (même année de parution que *Pindare*) on retrouve la présence d'Agostino Chigi dans d'autres projets éditoriaux. Le marchand-banquier figure au sein de plusieurs dédicaces qui lui sont consacrées dans des ouvrages à portée pédagogique, et notamment dans un manuel d'apprentissage de techniques de comptabilités commerciales destiné aux futurs professionnels du monde des finances et du négoce : *Suma de aritmetica*⁴¹ de Juan de Ortega. Le genre du manuel d'apprentissage connaît alors un fort développement et fait l'objet d'un grand succès commercial. Le marchand-banquier n'effectue pas sa formation à l'université, l'auteur met ainsi au point un manuel scolaire remédiant au manque d'enseignement et répondant à la demande en ouvrages pédagogiques de cette catégorie sociale. Utilisé comme argument publicitaire, Agostino Chigi joue alors un rôle dans la diffusion de disciplines émergentes, l'économie, l'algèbre et les techniques de comptes n'étant pratiquées qu'en atelier, sur le terrain.

On peut observer que l'effort pédagogique était spécialement apprécié à cette époque. Celui apporté par Benigno dans l'édition de Calliergis – argument commercial sur lequel l'humaniste insiste – était donc un gage de rentabilité. Les raisons de l'échec économique (provisoire)⁴² de cette édition de *Pindare*, sont donc difficiles à interpréter. Elles offrent cependant des pistes de réflexions sur la difficulté et la complexité de la mise en place de nouvelles pratiques et méthodes d'acquisition dans le milieu universitaire du XVI^e siècle, un secteur, lui aussi, en pleine mutation et un des outils de diffusion de l'humanisme⁴³.

Les diverses formes d'investissement d'Agostino Chigi dans le secteur éditorial et le marché de l'éducation montrent que l'homme d'affaires envisageait son implication en termes de profit. En favorisant, ou en finançant la production, il participe à la diffusion et à la marchandisation d'une éducation adaptée aux besoins d'un lecteur devenu acheteur. Sa présence dans la fondation de cette imprimerie

40 Honoré Champion, *Le livre au XVI^e siècle, éléments de bibliologie matérielle et d'histoire*, Paris, 2003, p. 82.

41 Juan De Ortega, *Suma de aritmetica*, Roma, Stephano Guillery, 1515, 114 p. Agostino Chigi semble particulièrement actif dans le secteur éditorial durant cette année. On connaît également la dédicace de Thomas Ram dans *Almanach novo da ritrovare la luna et li feste mobile con li dadi*, publié à Rome en 1515 par Andrea Antico.

42 « Provisoire », car la diffusion sera néanmoins assurée durant les trois siècles qui suivent, démontrant un intérêt croissant pour les éditions grecques de Calliergis et Benigno.

43 Cf. Eugenio Garin, *La concezione dell'università in Italia nell'età del Rinascimento*, in Institut d'Histoire de la faculté des Lettres de Genève, *Les universités européennes du XIV^e au XVIII^e siècle*, Actes de colloques, Librairie Droz, Genève, 1967, p. 85-93.

confirme le projet d'une production et d'une commercialisation importantes. L'échec des ventes de *Pindare* peut-il alors s'expliquer par un décalage entre le projet d'une large commercialisation et la difficulté d'adopter de nouvelles pratiques d'acquisition dans les milieux élitistes et universitaires, dans un contexte où les codes et systèmes culturels, universitaire et économique sont en train d'évoluer ? L'effort pédagogique fourni par Benigno, mis en valeur par Calliergis et présenté comme un argument commercial, semble faire écho, dans le nouveau contexte d'une éducation « vendable », au succès croissant des manuels scolaires, essentiellement diffusés dans les milieux bourgeois⁴⁴. Mais le public universitaire a-t-il adopté aussi facilement les mêmes gestes de consommation que le milieu bourgeois ? En outre, il était encore probablement imprégné de méthodes d'acquisitions traditionnelles, expliquant pourquoi la portée commerciale de l'ouvrage fut moins importante (dans un premier temps) malgré le fort enthousiasme intellectuel qu'il suscita.

⁴⁴ Cf. Jacques Le Goff, *La conception française de l'université à l'époque de la Renaissance*, in *op. cit.*, p. 94. « [...] à l'époque de la Renaissance, la classe porteuse de culture, moteur du progrès culturel, est de plus en plus non la noblesse mais la bourgeoisie. [...] Or, la bourgeoisie [...] ne semble pas avoir trouvé massivement le chemin des universités ».